

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pesan politik merupakan salah satu unsur penting dalam suatu proses komunikasi politik. Keberadaan pesan menjadi syarat mutlak terjadinya interaksi antara komunikator politik dengan komunikan. Sebab tanpa adanya pesan politik, maka tidak akan terjadi komunikasi politik. Pesan politik menjadi penghubung antara komunikator politik dengan komunikan, seperti kandidat Kepala Daerah dengan masyarakat (pemilih) pada Pemilihan Kepala Daerah.

Komunikasi politik antara kandidat Kepala Daerah dengan pemilih menjadi intens sejak mekanisme pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) diselenggarakan secara langsung. Mekanisme ini mulai dilaksanakan setelah ditetapkan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 6 tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Peraturan Pemerintah tersebut merupakan tindak lanjut dari Undang-Undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.

Pada Pilkada langsung, pemilih diberikan ruang kebebasan (*liberty*) dan kesamaan (*equality*) untuk menilai dan memilih pasangan calon (kandidat) Kepala Daerah. Apakah itu calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur, bila daerahnya Provinsi. Calon Bupati dan calon Wakil Bupati, bila daerahnya Kabupaten. Kemudian calon Walikota dan calon Wakil Walikota, bila daerahnya Kota. Posisi pemilih yang demikian menjadikannya sebagai pelaku aktif yaitu subjek yang

menilai dan memilih kandidat Kepala Daerah. Disisi lain, kandidat Kepala Daerah merupakan objek atau sasaran yang dinilai dan dipilih oleh pemilih.

Kandidat Kepala Daerah sebagai objek yang dinilai, meliputi segala aktivitas politik yang dilakukannya untuk mempengaruhi pemilih. Aktivitas politik yang dimaksud adalah pesan politik kandidat Kepala Daerah, yaitu suatu tindakan dan pernyataan politik yang disampaikan dengan tujuan untuk meyakinkan pemilih. Dan Nimmo (2005:79) menyebutnya sebagai pembicaraan politik yang dapat berupa kata-kata (verbal), serta gambar, lukisan, foto, film, gerak tubuh, ekspresi wajah dan tindakan (nonverbal).

Pesan politik kandidat Kepala Daerah merupakan objek bagi pemilih untuk diinterpretasi agar dimengerti dan dipahami, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan pilihan. Oleh karenanya, penyelenggara Pilkada dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyediakan ruang waktu dan alat peraga bagi kandidat untuk menyampaikan pesan politiknya kepada pemilih. Ruang waktu yang dimaksud adalah masa kampanye yaitu suatu rentang waktu yang diberikan KPU kepada kandidat Kepala Daerah untuk melakukan kegiatan meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program (Undang-Undang nomor 8 tahun 2015)

Visi, misi dan program dalam komunikasi politik merupakan pesan politik yang berbentuk kata-kata (verbal). Pesan politik adalah pesan persuasi yang berisi mengajak, merayu dan membujuk sesuai dengan keinginan penyampai pesan atau komunikator politik (Subiakto dan Ida, 2012:7). Suatu pesan politik menjadi penting dibuat menarik oleh para kandidat Kepala Daerah. Selain dipergunakan

sebagai *instrument* untuk meyakinkan pemilih, juga sebagai salah satu persyaratan pendaftaran di Komisi Pemilihan Umum, sebagaimana diatur dalam pasal (45), ayat (2) poin (g), Undang-Undang nomor 10 tahun 2016.

Realitasnya, masih terdapat adanya pembuatan visi, misi dan program yang terkesan sekedar untuk memenuhi persyaratan pendaftaran. Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi Indonesia (Perludem) menemukan banyak kemiripan visi, misi dan program kandidat Kepala Daerah pada Pilkada serentak tahun 2015. Padahal berbeda geografis (daerah), kultur dan permasalahan masyarakatnya (Kompas, 28 Nopember 2016).

Namun demikian, sebagian para kandidat Kepala Daerah lainnya terlihat menganggap penting suatu visi, misi dan program sebagai bahan untuk meyakinkan pemilih. Para kandidat berupaya semaksimal mungkin agar pesan politiknya sampai kepada masyarakat. Para kandidat menggunakan berbagai saluran (media), agar pemilih dapat memperoleh pesan politiknya, mengingat terbatasnya ruang dan rentang waktu masa kampanye.

Pada Pilkada Provinsi Banten tahun 2011, para kandidat Kepala Daerah menggunakan website khusus dan media sosial untuk menyampaikan pesan politiknya berupa profil diri, visi, misi dan program kepada masyarakat (Putra,2011:31). Begitu juga halnya pada pemilihan legislatif, seperti yang terjadi di Jawa Tengah tahun 2014. Para calon Legislator menggunakan kain rentang sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya. Pesan politik yang disampaikan mengandung implikatur konvensional dan konversasional (Handono,2017:265).

Disamping penggunaan media secara tepat, yang paling substansi bagi pemilih tentunya isi (*content*) dari pesan politik. Firmanzah (2007:259) mengatakan suatu pesan politik hendaknya disusun dengan memperhatikan permasalahan dan kebutuhan masyarakat, termasuk isu-isu politik yang sedang berkembang. Pesan yang dibuat harus mengungkapkan sekaligus mengandung solusi pemecahan masalah yang sedang dihadapi masyarakat. Selain itu, kandidat dalam membuat pesan politik juga harus memperhatikan konteks penerimaan pesan seperti etnisitas (suku), gender, usia dan afiliasi politik (Nair, 2003:31).

Pada Pilkada Kota Pekanbaru tahun 2017, pesan politik para kandidat yang tertuang dalam teks visi, misi, dan program serta slogan terlihat sudah memuat sejumlah solusi terhadap permasalahan pokok yang ada di Kota Pekanbaru seperti penanganan banjir, persampahan, kemacetan, dan lain sebagainya. Materi pesan pun cukup deferensiasi, sebab jumlah kandidat yang bersaing cukup banyak yaitu 5 (lima) pasangan calon. Jumlah ini meningkat dibandingkan dengan jumlah kandidat pada Pilkada 5 (lima) tahun sebelumnya.

Para kandidat yang dimaksud sesuai dengan nomor urutnya yaitu (1) DR. H. Syahril, S.Pd, MM dan H. Said Zohrin, SH, MH dari jalur perseorangan; (2) H. Herman Nazar, SH, M.Si dan Defi Warman, S.Pd, M.Pd juga dari jalur perseorangan; (3) DR. H. Firdaus, ST. MT dan H. Ayat Cahyadi, S.Si diusung Partai Demokrat, PKS, dan Gerindra; (4) DR. H. M. Ramli, SE, M.Si dan dr. Irvan Herman, diusung Partai Golkar, PKB, PAN, Nasdem, dan Hanura; serta (5) Drs. H. Dastrayani Bibra, M.Si dan H. Said Usman Abdullah, diusung PDIP dan PPP (www.kpu-pekanbarukota.go.id, diakses 5 Januari 2017).

Selain materinya memuat sejumlah solusi atas permasalahan pokok masyarakat, pesan politik kandidat juga terlihat memperhitungkan konteks penerimaan pesan yakni pemilih dari etnis Melayu. Salah satu etnis di Kota Pekanbaru yang merupakan penduduk asli tempatan. Etnis ini secara kuantitatif jumlahnya sebesar 26,1%, populasi terbesar kedua setelah masyarakat etnis Minangkabau dari Sumatera Barat yakni sebesar 37,7% (<https://infopekanbaru.wordpress.com/tentang-pekanbaru/>, diakses 12 Februari 2018).

Sebagaimana isi (*content*) dari teks visi, misi, program dan slogan, terdapat empat kandidat yang pesan politiknya berkaitan dengan kepentingan pemilih etnis Melayu. Pertama, kandidat Herman Nazar dan Defi Warman menempatkannya pada misi yaitu mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas, beriman, bertaqwa dan berbudaya Melayu. Kedua, kandidat Firdaus dan Ayat Cahyadi menempatkannya pada misi yaitu mewujudkan pembangunan masyarakat madani. Masyarakat yang disiplin, taat hukum, toleran, bersih, memiliki semangat dan jiwa gotong royong dalam lingkup masyarakat berbudaya Melayu, bermartabat, bermarwah, berkeadilan, hidup rukun dan damai.

Ketiga, kandidat M. Ramli dan Irvan Herman menempatkannya pada program yaitu meningkatkan pemahaman dan implementasi budaya Melayu dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian keempat, kandidat Destrayani Bibra dan Said Usman Abdullah menempatkannya pada misi yaitu terwujudnya Pemerintah yang efektif, bersih dan berwibawa dengan menjunjung nilai-nilai agama, budaya Melayu dan supremasi hukum.

Pesan politik para kandidat baik dalam bentuk lisan maupun tertulis, disampaikannya pada masa kampanye kepada pemilih dengan secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, dilakukan kandidat pada saat debat publik dan pertemuan terbatas (kampanye dialogis) disertai dengan penyebaran buku kecil (leaflet) berisi teks visi, misi, program dan slogan. Kemudian secara tidak langsung, kandidat menggunakan baliho (media luar ruangan), media internet yaitu website dan facebook (observasi, 3 s/d 5 januari 2017).

Melalui media tersebut, pemilih mengetahui dan menginterpretasi pesan politik kandidat. Kemudian ditanggapi dalam bentuk dukungan atau penolakan yang dikenal dengan sebutan partisipasi baik sebelum maupun pada hari pencoblosan. Pada sebelum hari pencoblosan, partisipasi pemilih Kota Pekanbaru terlihat pada tanggapannya atas pesan politik kandidat. Pesan politik kandidat Firdaus dan Ayat Cahyadi (Petahana) mendapatkan tanggapan berupa penolakan dari pemilih Melayu. Pesan politik yang dimaksud adalah penggunaan kata Madani yang terdapat pada visi kandidat yaitu „Terwujudnya Pekanbaru sebagai Kota cerdas yang Madani“. Kata Madani tersebut kemudian dijadikan motto Kota Pekanbaru, menggantikan motto sebelumnya yaitu Bertuah.

Bentuk penolakan yang terlihat adalah aksi penutupan kata Madani pada *brandding* motto Kota Pekanbaru. Aksi itu dilakukan oleh sejumlah orang dari etnis Melayu yang berhimpun pada organisasi Komunitas Melayu Bersatu (KMB), Asykar Melayu Riau dan Laskar Melayu Bersatu Kota Pekanbaru. Komunitas tersebut menolak penggunaan kata Madani dan menginginkan

program, dan slogan kurang menarik bagi pemilih. Pada Pemilihan Kepala daerah di Sulawesi Utara tahun 2015 juga terjadi demikian. Tingkat partisipasi pemilih cukup rendah, disebabkan pesan politik para kandidat dimaknainya kurang menarik. Pemilih menilai, pesan politik kandidat Kepala Daerah hanya bersifat normatif dan bahkan duplikatif (Liando,2017:72).

Sebaliknya bila pesan politik kandidat dimaknai pemilih memenuhi kepentingannya akan mendapatkan dukungan. Dalam artian, masyarakat akan berpartisipasi memberikan dukungan. Pada Pemilihan Umum Parlemen di Norwegia tahun 2009. Masyarakat imigran memberikan dukungan kepada partai-partai politik yang pesan politiknya memenuhi kepentingannya yaitu berkaitan dengan penanganan permasalahan imigran dan lingkungan (Beyer, Knutsen and Rasch, 2014, 406).

Berkaitan dengan aksi penolakan pemilih Melayu atas kata Madani dalam visi kandidat Firdaus-Ayat Cahyadi terlihat menunjukkan adanya perbedaan interpretasi antara kandidat dengan pemilih. Padahal kata Madani merupakan suatu konsep Islami mengenai suasana kehidupan masyarakat yang relegius, menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Semestinya orang Melayu yang identik dengan Islam akan mendukung visi kandidat tersebut. Sebab, orang Melayu itu adalah orang yang beragama Islam, memiliki ras Melayu dan menjalankan adat istiadat Melayu (Kontjaraningrat, dkk, 2007:660).

Upaya mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum, bukan pekerjaan mudah, mengingat respon khalayak berbeda-beda tergantung dari

karakter yang melekat. Menurut Eko Harry Susanto (2013:171), pengaturan pesan dalam komunikasi politik yang menyentuh kebutuhan masyarakat secara mendasar akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam suatu pemilihan seperti Pilkada. Makna suatu pesan politik bagi pemilih terlihat menjadi penting sebagai landasan dalam menentukan pilihan. Makna pesan politik yang dimaksud terlihat bukanlah ditentukan oleh kandidat selaku pembuat pesan, namun ditentukan oleh pemilih selaku penerima pesan politik. George Hans Gadamer (2004:325), mengatakan jika seseorang mencoba untuk memahami suatu teks, maka dia harus peka terhadap kualitas kebaruan teks yaitu asimilasi sadar terhadap makna-depannya dan prasangka-prasangka sendiri. Faisal Attamimi (2012:321) menyimpulkan pendapat Gadamer tersebut bahwa makna suatu teks ditentukan oleh penafsir itu sendiri dengan mempertimbangkan konteks. Suatu makna diperoleh dari dealektis antara dua subyek yaitu teks dan penafsir.

Berdasarkan sejumlah fenomena tersebut terlihat bahwa penggunaan berbagai media oleh para kandidat, belum menjamin pesan politiknya diterima oleh pemilih. Begitu pula dengan isi pesan politik yang menurut kandidat telah berkaitan dengan kepentingan pemilih tidak serta merta diinterpretasikan sama maknanya oleh pemilih, sehingga mendapatkan dukungan. Keadaan yang terpenting adalah makna pesan politik kandidat berdasarkan hasil dari interpretasi pemilih. Berkaitan dengan itulah, penulis tertarik untuk melakukan kajian ini dengan judul “Interpretasi Pemilih Etnis Melayu Atas Pesan Politik Calon Kepala Daerah (Studi Hermeneutika Gadamer Pada Pilkada Pekanbaru 2017)”.

B. Permasalahan Penelitian

Permasalahan penelitian ini terletak pada perbedaan interpretasi pesan politik yang tertuang dalam teks visi, misi, program dan slogan antara kandidat selaku pembuat pesan dengan pemilih etnis Melayu sebagai *interpreter* (penafsir) pesan. Pesan politik para kandidat yang memenuhi kepentingan konteks penerimaan pesan yaitu pemilih etnis Melayu terlihat tidak serta merta mendapat dukungan (partisipasi) baik sebelum maupun pada hari pencoblosan. Realitas yang terjadi sebaliknya yaitu adanya aksi penolakan terhadap pesan politik kandidat. Fenomena ini menunjukkan adanya perbedaan interpretasi atas pesan politik antara kandidat dan pemilih. Oleh karenanya penting untuk dilakukan penelitian dengan rumusan masalah yaitu Bagaimana interpretasi pemilih etnis Melayu atas pesan politik calon Kepala Daerah?

Rumusan masalah ini selanjutnya dijabarkan menjadi dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pemilih etnis Melayu menginterpretasikan pesan politik calon Kepala Daerah?
2. Bagaimana pemaknaan pemilih etnis Melayu atas pesan politik dalam Perspektif hermeneutika Gadamer?

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian memiliki tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam dan lengkap mengenai „Interpretasi Pemilih Etnis Melayu Atas Pesan

Politik Calon Kepala Daerah (Studi Hermeneutika Gadamer Pada Pilkada Pekanbaru 2017)”. Sebagaimana permasalahan penelitian, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan dan memahami pemilih etnis Melayu menginterpretasikan pesan politik calon Kepala Daerah.
2. Untuk mendeskripsikan dan memahami pemaknaan pemilih etnis Melayu atas pesan politik dalam Perspektif hermeneutika Gadamer

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat menemukan teori ataupun menguatkan teori dalam ilmu sosial. Secara rinci, manfaat teoritis ada 2 (dua) yaitu sebagai berikut:

- a. Menambah referensi keilmuan di bidang hermeneutika (studi interpretasi) yang berguna bagi kajian ilmu-ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi.
- b. Menambah referensi keilmuan di bidang komunikasi politik dan sosiologi komunikasi berkaitan dengan pesan politik yang mengandung kepentingan etnisitas Melayu pada suatu Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada).

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian mengenai „Interpretasi Pemilih Etnis Melayu Atas Pesan Politik Calon Kepala Daerah (Studi Hermeneutika Gadamer Pada Pilkada Pekanbaru 2017) dapat memberikan tiga manfaat yaitu:

- a. Bagi masyarakat (pemilih) selaku penerima pesan dapat memahami akan pentingnya suatu pesan politik sebagai pertimbangan dalam menentukan pilihan pemimpin.
- b. Bagi partai politik dapat memberikan pendidikan politik kepada bakal calon yang akan diusung maupun konstituen mengenai urgensi pesan politik pada suatu pemilihan.
- c. Bagi Pemerintah khususnya penyelenggara pemilihan (Pemilu atau Pilkada), penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam menata proses kampanye baik dari segi rentang waktu, jenis dan penggunaan alat peraga serta lainnya sebagai upaya memastikan suatu pesan politik sampai dan diketahui masyarakat